

## SVRHA OBRADJE OSOBNIH PODATAKA

Osobne podatke (ime, prezime, adresu, adresu e-pošte, telefonski broj, naziv i ostale informacije o mom poslodavcu, poslu ili funkciji kod poslodavca, informacije o događaju koji sam pohađao, mjesto i datum događaja), operater FIBRAN d.o.o., Kočevarjeva ulica 1, 8000 Novo mesto, [fibran@fibran.si](mailto:fibran@fibran.si), obrađuje samo za sljedeće **svrhe**:

- za vođenje evidencije o sudionicima događaja operatera, uključujući evidenciju o broju događaja (i na kojima je osoba sudjelovala);
- za analiziranje i utvrđivanje iz kojih organizacija sudionici dolaze i kakve funkcije obnašaju u tim organizacijama;
- za slanje e-pošte (e-mailova) s ciljem informiranja o obrazovanju, novostima (u standardima i publikacijama), o uslugama i događanjima, bilo kod operatora ili kod trećih strana;
- za kontaktiranje telefonom u svrhu predstavljanja strukovnih sistemskih rješenja pojedincu ili poslodavcu, a prema prethodnom dogovoru i na njihovoj adresi;
- za praćenje čitanja poslanih poruka e-pošte, koje je pojedinac otvorio ili nije otvorio, veze koje je otvorio ili kliknuo (sadržaj koji je pročitao ili gledao), koliko je vremena čitao ili pregledavao pojedinačni sadržaj;
- za segmentiranje pojedinaca na temelju činjenica iz prethodne alineje i daljnje slanje prilagođenih (individualiziranih) e-poruka (to znači da različiti pojedinci mogu primiti e-poštu s različitim sadržajem), s ciljem boljeg (relevantnijeg) informiranja pojedinaca i postizanja veće razine odgovora na vijesti poslane e-poštom;
- za objavljivanje u stručnim medijima i na web-stranicama, s primarnim ciljem promicanja pojedinca i njegova poslodavca (ovlašteni arhitekt, licencirani izvođač...);
- davanje certifikata, potvrda, licenci itd. sudionicima događaja i vođenja evidencije s tim u vezi;
- radi analize hodograma korisnika na web-stranici: odakle je korisnik stigao na web-stranicu (izvor prometa), koje je sadržaje pratio na web-stranicama, koje je web-stranice posjetio te koje je sadržaje preuzeo, odnosno pogledao;
- radi segmentiranja pojedinaca na temelju činjenica iz prethodne alineje i daljnje slanje prilagođenih (individualiziranih) poruka putem višekanalne komunikacije (to znači da različiti pojedinci mogu primiti poruke s različitim sadržajem) kako bi ih se bolje (relevantnije) informiralo i postigao veći stupanj opredijeljenosti korisnika.